

DISEÑO DEL MODELO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA
EMPRESA PINK LOVE BOUTIQUE COL, BAJO LA NORMA ISO 9001:2015

CARLOS EDUARDO FLÓREZ JARA

PROYECTO APLICADO

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
UNAD – ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y DE
NEGOCIOS - ECACEN

BOGOTÁ

JULIO DE 2019

DISEÑO DEL MODELO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA
EMPRESA PINK LOVE BOUTIQUE COL, BAJO LA NORMA ISO 9001:2015

PROYECTO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ESPECIALISTA EN GESTIÓN DE
PROYECTOS

CARLOS EDUARDO FLÓREZ JARA

TUTOR DE PROYECTO DE GRADO:
AMALIO SEGUNDO OTERO TAPIA

Docente

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
UNAD – ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y DE
NEGOCIOS - ECACEN

BOGOTÁ

JULIO DE 2019

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Santafé de Bogotá, 16 de julio de 2019

Dedicatoria

A Dios que nos proporciona el don de la vida, a mi esposa por su apoyo incondicional, a mi madre por su fortaleza, ayuda y consejos para lograr este sueño, a mi hermana por ser una excelente persona, a docentes y compañeros que me brindaron su apoyo incondicional en la realización y consecución de este objetivo de vida.

Agradecimientos

A Dios por todos los favores recibidos, a mi esposa, mi madre y mi hermana por el apoyo y motivación constante de igual manera agradecer al director del curso Amalio Segundo Otero por su compromiso, orientación y soporte en este proceso y a todos los tutores que me han apoyado y enseñado en mí proceso de aprendizaje.

A la propietaria de Pink Love Boutique Col, por permitirme realizar el proyecto en la organización, brindándome apoyo incondicional en todas las etapas del mismo.

Tabla de contenido

1. Introducción	9
2. Descripción del problema	10
2.1 Formulación del problema	11
3. Justificación	12
4. Objetivo general y específicos	13
4.1 Objetivo general	13
4.2 Objetivos específicos	13
5. Marco referencial	14
5.1 Antecedentes	14
5.2 Marco teórico	16
5.3 Marco conceptual	20
5.4 Marco legal	22
5.5 Marco contextual	24
6. Diseño metodológico preliminar	27
6.1 Recursos disponibles	27
6.1.1 Talento humano	27
6.1.2 Recursos físicos	28
6.1.3 Recursos Financieros del Proyecto	28
6.2 Cronograma	29
7. Desarrollo del proyecto	33
7.1 Diagnóstico de la situación actual de la empresa Pink Love boutique col	33
7.2 Propuesta de diseño del modelo del sistema de gestión de calidad para Pink Love boutique col 45	
7.2.1 Misión	45
7.2.2 Visión	46

	7
7.2.3 Valores corporativos	46
7.2.4 Política integrada	47
7.2.5 Objetivos de calidad	48
7.2.6 Organigrama	50
7.2.7 Mapa de procesos	57
7.2.8 Procedimientos	58
7.3 Propuesta de sensibilización organizacional del sistema de calidad	64
8. Conclusiones	68
9. Bibliografía	69

Resumen

El presente proyecto pretende contribuir a la empresa Pink Love Boutique con la Col, a tener objetivos claros y procesos que contribuyan al desarrollo de sus productos y servicio con las condiciones y especificaciones de calidad pertinentes para mantenerse en el mercado y llegar a ser una marca reconocida. El proyecto presente proponer el diseño del modelo del sistema de gestión de calidad, basado en un análisis previo y una propuesta de concientización para que los empleados apropien los procesos y procedimientos que se formalicen a futuro.

Abstract

This project aims to contribute to the company Pink Love Boutique with the Col, to have clear objectives and processes that contribute to the development of their products and service with the conditions and relevant quality specifications to stay in the market and become a recognized brand . The present project proposes the design of the model of the quality management system, based on a previous analysis and a proposal of awareness so that employees appropriate the processes and procedures that are formalized in the future.

Palabras claves

Calidad, procesos, política, visión. Misión, valores, ISO 9001

Keywords

Quality, processes, politics, vision. Mission, values, ISO 9001.

1. Introducción

La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en cualquier organización es sin duda, una estrategia que la diferencia respecto a las demás y una ventaja para la competencia. Cabe decir que la calidad tanto en productos como en servicios es un tema de gran importancia en las empresas debido a que los clientes son más exigentes y obligan a estas a adaptarse a las exigencias del mercado.

Actualmente uno de los factores trascendentales para el éxito de una empresa es la calidad de sus productos y servicios; además que los clientes son más exigentes se está originando una creciente toma de conciencia relacionada con el rendimiento económico con un enfoque sistemático de procesos, de manera tal que contar con procesos estructurados alineados a estándares internacionales, regulaciones legales entre otros requisitos, permite incursionar en nuevos nichos del actual mercado tan globalizado y permanecer competitivo.

Por lo tanto, con la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad las empresas pueden consolidar los procesos que componen sus actividades y mejorar la eficacia de los mismos, satisfacer los clientes, obtener nuevos clientes, mejorar los procesos, diferenciarse de la competencia reducir costos sin que afecte la calidad de los productos y servicios, cumplir con los requisitos legales y cumplir con las exigencias de los clientes, pero nada de lo anterior se logra sin no se cuenta con la participación activa y colaboración de todos los integrantes de la empresa.

2. Descripción del problema

Pink Love Boutique Col, es una empresa ubicada la ciudad de Bogotá enfocada a la comercialización de artículos de moda y lujo como prendas de vestir, calzado, joyería, maquillaje y perfumería de la línea femenina. Debido a que esta empresa es nueva y solo cuenta con un año de constitución y con una proyección de expansión en el mercado colombiano, actualmente adquiere productos para la venta a través del servicio de maquila que corresponde a contar con productos de marca propia elaborados por un tercero bajo las especificaciones y características que se solicitan, para posteriormente comercializarlos. Dentro de los problemas que se encontraron en Pink Love Boutique Col, es no tener objetivos concisos y carecer de procesos formales en todos los frentes, la falta de procesos previos para el desarrollo de productos que contengan la formulación y condiciones específicas de elaboración, proceso de captación de clientes para los productos de la marca, la falta contar con un plan de negocios para la toma de decisiones, lineamiento para el pago de proveedores, definición de misión, visión, productos y servicios, los procesos se realizan de forma ad hoc, falta control en las actividades administrativas y operativas, no se realiza el seguimiento adecuado a las diferentes actividades que lo requieren, los empleados no se capacitado en temas de gestión de calidad y servicio al cliente. que como consecuencia los ha llevado experimentar problemas de desorganización interna, poca descripción de obligaciones, bajo volumen de ventas desencadenando en inestabilidad presupuestal y económica.

2.1 Formulación del problema

¿Cuál sería el modelo de gestión apropiado para que Pink Love Boutique Col, logre brindar calidad y organizar sus procesos a través de actividades coordinadas?

3. Justificación

Ser excelente es el objetivo de muchas organizaciones. Sin embargo, ser excelente es complejo y exige una alineación de múltiples factores, entre los que se encuentra, sin duda, el contar con un buen sistema de gestión de calidad. Por tanto, en un mercado dinámico, las compañías deben estar en constante cambio para satisfacer las necesidades de sus clientes, que cada día tienden a ser más exigentes en sus preferencias, deseos y necesidades y Pink Love Boutique Col, en la búsqueda constante de que la marca corporativa se destaque en un mercado saturado como en el que se vive en el siglo XXI, tendría como requisito de negocio establecer y posicionar su imagen corporativa de marca de forma inmediata, buscando de esta manera un aumento significativo en las ventas, disfrutar de los frutos y beneficios y augurar el éxito que se tiene en mente obtener. Todos los síntomas negativos en la empresa los ha llevado a buscar asesoramiento profesional (Estudiante Posgrado UNAD) para que les ayude en estructurar procesos concisos en los frentes referenciados en los objetivos de este proyecto y este apoyo profesional se pueda ver reflejados en un mejor servicio de cara al cliente y también en la búsqueda de nuevos mercados los cuales hagan de esta compañía más robusta y con mejores resultados económicos y organizacionales.

4. Objetivo general y específicos

4.1 Objetivo general

Diseñar una propuesta de modelo de sistema de gestión de calidad basado en la norma NTC-ISO 9001:2015 – SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD.

4.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de la empresa Pink Love Boutique Col, para determinar los requisitos de los cuales carece y realizar un diseño del sistema de gestión de calidad acorde a las necesidades.
- Diseñar el modelo de gestión de calidad que comprenda el planteamiento del direccionamiento estratégico de la empresa, estableciendo la misión, visión, valores, política de la calidad, objetivos de calidad, organigrama, mapa de procesos acorde a los requerimientos de la Norma ISO 9001:2015.
- Generar una propuesta de sensibilización organizacional del sistema de calidad que permita apropiar una nueva cultura empresarial orientada a la calidad y servicio al cliente en la que se involucren todos los niveles de la organización.

5. Marco referencial

5.1 Antecedentes

Lo que en la actualidad se conoce como Gestión de Calidad es el conjunto de acciones, medidas y soluciones orientadas a la mejora continua de los procesos internos de una organización, tomando como objetivo principal el aumento del nivel de satisfacción de un grupo de clientes o consumidores. La calidad no siempre ha sido tal como se conoce ahora. Este concepto ha sufrido importantes cambios a lo largo de las décadas, especialmente desde que se asumió como una necesidad en el campo empresarial.¹

Primeros sistemas:

Entre 1950 y 1980, las compañías descubren que el control estadístico no es suficiente. Hace falta desglosar los procesos en etapas y, tras un período de observación, detectar los fallos que se originen en ellas. En estos años surgen los primeros sistemas de calidad y las compañías ya no dan prioridad a la cantidad productos obtenidos; ahora el énfasis está en la calidad.

Estrategias:

A partir de los años 80 y hasta mediados de los 90, la calidad se asume como un proceso estratégico. Este es quizá uno de los cambios más significativos que ha tenido el concepto, pues a partir de este momento se introducen los procesos de mejora continua. La calidad, que ahora ya no es impulsada por inspectores sino por la dirección, se contempla como una ventaja

¹ Plataforma Tecnológica para la Gestión de la Excelencia (2016). Historia y evolución del concepto de Gestión de Calidad. Recuperado de: <https://www.isotools.org/2016/01/30/historia-y-evolucion-del-concepto-de-gestion-de-calidad/>

competitiva. Además, toma como centro de acción las necesidades del cliente. Los Sistemas de Gestión se consolidan y la implicación del personal aumenta.

Calidad total:²

A partir de los años 90 y hasta la fecha, la distinción entre producto y servicio desaparece. No hay diferencias entre el artículo y las etapas que lo preceden; todo forma parte de un nuevo concepto que entra en escena: la Calidad Total, es decir, el proceso en su conjunto. Adicionalmente, la figura del cliente adquiere mayor protagonismo que en la etapa anterior y su relación con el artículo, que ahora llega incluso a etapas de posventa, se convierte en el principal indicador de calidad. Los sistemas se perfeccionan y se adaptan.

Por su parte como dice (UMAÑA, 2006) la gestión de proveedores es un elemento vital en la administración moderna de las organizaciones, sobre todo si se considera que a partir de la calidad de las entradas se puede garantizar la calidad de las salidas. Es por ello que se hace necesario que los gerentes encargados del aprovisionamiento tengan herramientas que les permitan tomar decisiones ágilmente, y en la medida de lo posible, que sean objetivas y fáciles de usar.

² Historia y evolución del concepto de Gestión de Calidad. (2016). 5) Calidad total. Recuperado de: <https://www.isotools.org/2016/01/30/historia-y-evolucion-del-concepto-de-gestion-de-calidad/>

5.2 Marco teórico

Generalidades de un Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma internacional ISO 9001 Quinta edición 2015-09-15³

La adopción de un sistema de gestión de la calidad es una decisión estratégica para una organización que le puede ayudar a mejorar su desempeño global y proporcionar una base sólida para las iniciativas de desarrollo sostenible.

Los beneficios potenciales para una organización de implementar un sistema de gestión de la calidad basado en esta Norma Internacional son:

- a) la capacidad para proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables;
- b) facilitar oportunidades de aumentar la satisfacción del cliente;
- c) abordar los riesgos y oportunidades asociadas con su contexto y objetivos;
- d) la capacidad de demostrar la conformidad con requisitos del sistema de gestión de la calidad Especificados.

Esta Norma Internacional puede ser utilizada por partes internas y externas. No es la intención de esta Norma Internacional presuponer la necesidad de:

— uniformidad en la estructura de los distintos sistemas de gestión de la calidad;

³ NORMA INTERNACIONAL ISO 9000 ISO 9000:2015 Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario (2015). Publicado por la Secretaría Central de ISO en Ginebra, Suiza, como traducción oficial en español avalada por el *Translation Management Group*, que ha certificado la conformidad en relación con las versiones inglesa y francesa.

- alineación de la documentación a la estructura de los capítulos de esta Norma Internacional;
- utilización de la terminología específica de esta Norma Internacional dentro de la organización.

Los requisitos del sistema de gestión de la calidad especificados en esta Norma Internacional son

Complementarios a los requisitos para los productos y servicios.

Esta Norma Internacional emplea el enfoque a procesos, que incorpora el ciclo Planificar-Hacer-

Verificar-Actuar (PHVA) y el pensamiento basado en riesgos.

El enfoque a procesos permite a una organización planificar sus procesos y sus interacciones. El ciclo PHVA permite a una organización asegurarse de que sus procesos cuenten con recursos y se gestionen adecuadamente, y que las oportunidades de mejora se determinen y se actúe en consecuencia.

Ciclo planificar-hacer-verificar-actuar

El ciclo PHVA puede aplicarse a todos los procesos y al sistema de gestión de la calidad como un todo.

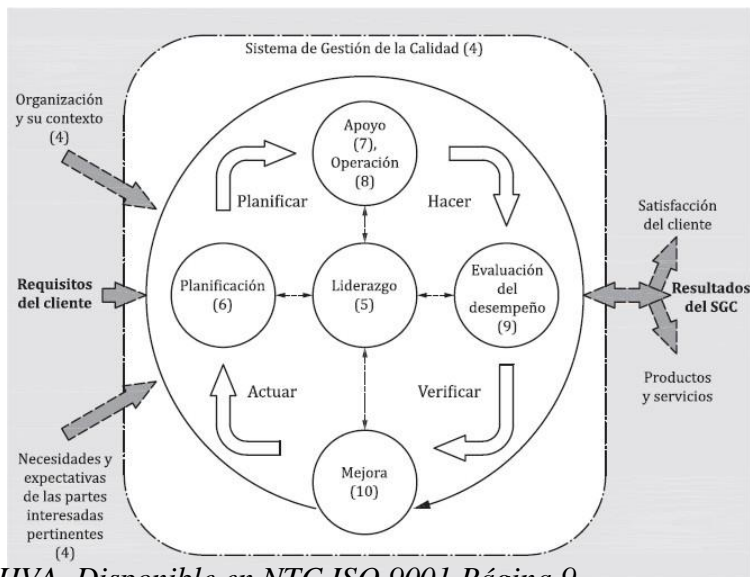


Figura 1. Ciclo PHVA, Disponible en NTC ISO 9001 Página 9

Nota: Los números entre paréntesis hacen referencia a los capítulos de la Norma Internacional ISO 9001

El ciclo PHVA puede describirse brevemente como sigue:

Planificar: establecer los objetivos del sistema y sus procesos, y los recursos necesarios para generar y proporcionar resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización, e identificar y abordar los riesgos y las oportunidades;

Hacer: implementar lo planificado;

Verificar: realizar el seguimiento y (cuando sea aplicable) la medición de los procesos y los productos y servicios resultantes respecto a las políticas, los objetivos, los requisitos y las actividades planificadas, e informar sobre los resultados;

Actuar: tomar acciones para mejorar el desempeño, cuando sea necesario.

Pensamiento basado en riesgos

Permite a una organización determinar los factores que podrían causar que sus procesos y su sistema de gestión de la calidad se desvíen de los resultados planificados, para poner en marcha controles preventivos para minimizar los efectos negativos y maximizar el uso de las oportunidades a medida que surjan. Abarca toda la norma ISO 9001 2015 y se apoya en el enfoque basado en procesos, esto significa que todos los procesos del Sistema de Gestión de Calidad y en cada etapa del proceso PHVA que se aplica para ser detectados y analizando los distintos factores de riesgo y su oportunidad.

Información documentada⁴

Como parte de la alineación con otras normas de sistemas de gestión, se ha adoptado un capítulo común sobre “información documentada” sin ningún cambio o adición significativa. Cuando sea apropiado, el texto de esta Norma Internacional se ha alineado con sus requisitos. Consecuentemente, “información documentada” se utiliza para todos los requisitos de documentos.

Donde la Norma ISO 9001:2008 utilizaba una terminología específica como “documento” o “procedimientos documentados”, “manual de la calidad” o “plan de la calidad”, la presente edición de esta Norma Internacional define requisitos para “mantener la información documentada”.

⁴ NORMA INTERNACIONAL ISO 9001, Quinta edición 2015-09-15. Pág. 8 (20)

Donde la Norma ISO 9001:2008 utilizaba el término “registros” para denotar los documentos necesarios para proporcionar evidencia de la conformidad con los requisitos, esto ahora se expresa como un requisito para “conservar la información documentada”. La organización es responsable de determinar qué información documentada se necesita conservar, el periodo de tiempo por el que se va a conservar y qué medios se van a utilizar para su conservación.

Un requisito para “mantener” información documentada no excluye la posibilidad de que la organización también podría necesitar “conservar” la misma información documentada para un propósito particular, por ejemplo, para conservar versiones anteriores de ella.

Donde esta Norma Internacional hace referencia a “información” en lugar de “información documentada”. “La organización debe realizar el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas”), no hay ningún requisito de que esa información se tenga que documentar. En tales situaciones, la organización puede decidir si es necesario o no, o si es apropiado mantener información documentada.

5.3 Marco conceptual

Política de la calidad ⁵

Generalmente la política de la calidad es coherente con la política global de la organización, puede alinearse con la visión y la misión de la organización y proporciona un marco de referencia para el establecimiento de los objetivos de la calidad.

⁵ISO 9001 calidad. Sistemas de Gestión de Calidad según ISO 9000 (2013) La Política de Calidad. Recuperador de: <http://iso9001calidad.com/la-politica-de-calidad-101.html>

Visión

Aspiración de aquello que una organización querría llegar a ser, tal como lo expresa la alta dirección.

Misión

Propósito de la existencia de la organización, tal como lo expresa la alta dirección.

Estrategia

Plan para lograr un objetivo a largo plazo o global.

Objeto

Cualquier cosa que puede percibirse o concebirse. EJEMPLO:

Producto, servicio, proceso, persona, organización, sistema, recurso.

Nota 1 a la entrada: Los objetos pueden ser materiales (por ejemplo, un motor, una hoja de papel, un diamante), no materiales (por ejemplo, una tasa de conversión, un plan de proyecto) o imaginarios (por ejemplo, el estado futuro de una organización).

Calidad

Grado en el que un conjunto de características inherentes de un objeto cumple con los requisitos.

Nota 1 a la entrada: El término “calidad” puede utilizarse acompañado de adjetivos tales como pobre, buena o excelente.

Nota 2 a la entrada: “Inherente”, en contraposición a “asignado”, significa que existe en el objeto.

Requisito

Necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria. Nota 1 a la entrada: “Generalmente implícita” significa que es habitual o práctica común para la organización y las partes interesadas el que la necesidad o expectativa bajo consideración está implícita.

Nota 2 a la entrada: Un requisito especificado es aquel que está establecido, por ejemplo, en información documentada.

Nota 3 a la entrada: Pueden utilizarse calificativos para identificar un tipo específico de requisito.

5.4 Marco legal

Ley 1480 de 2011 Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones.⁶ OBJETO. Las normas de esta ley regulan los derechos y las obligaciones surgidas entre los productores, proveedores y consumidores y la responsabilidad de los productores y proveedores tanto sustancial como procesalmente. Las normas contenidas en esta ley son aplicables en general a las relaciones de consumo y a la responsabilidad de los

⁶ Congreso de Colombia. (12 de octubre de 2011) Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Ley 1480 de 2011(2011). Recuperado de: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjurMantenimiento/normas/Norma1.jsp?i=44306>

productores y proveedores frente al consumidor en todos los sectores de la economía respecto de los cuales no exista regulación especial, evento en el cual aplicará la regulación especial y suplementariamente las normas establecidas en esta Ley. Esta ley es aplicable a los productos nacionales e importados.

Ley 1581 DE 2012. Ley de Protección de Datos Personales⁷. Esta Ley reconoce y protege el derecho que tenemos todas las personas a conocer, actualizar y rectificar toda la información que se haya recopilado sobre nosotros, ya sea en archivos, bases de datos lo cuales sean vulnerables de manejo y tratamiento por entidades de naturaleza privada o pública.

Ley 599 de 2000, Usurpación de Derechos de Propiedad Industrial Art.306 Código Penal⁸.
El que, fraudulentamente, utilice nombre comercial, enseña, marca, patente de invención, modelo de utilidad, diseño industrial, protegidos legalmente o similarmente confundibles con uno protegido legalmente, incurrirá en prisión de cuatro (4) a ocho (8) años y multa de veintiséis punto sesenta y seis (26.66) a mil quinientos (1.500) salarios mínimos legales mensuales vigentes.
En las mismas penas incurrirá quien financie, suministre, distribuya, ponga en venta, comercialice, transporte o adquiera con fines comerciales o de intermediación, bienes o materia vegetal, producidos, cultivados o distribuidos en las circunstancias previstas en el inciso anterior.

⁷ Congreso de Colombia (17 de octubre de 2012) Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. Ley 1581 de 2012
(2012). Recuperado de:

<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjurMantenimiento/normas/Norma1.jsp?i=49981>

⁸ Congreso de Colombia. (24 de julio de 2000) Por la cual se expide el Código Penal. Ley de 599 de 2000(2000). Recuperado de:

<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjurMantenimiento/normas/Norma1.jsp?i=6388>

5.5 Marco contextual

Pink Love Boutique Col, es una empresa colombiana ubicada en el sector Comercial de la localidad de Fontibón, cuenta con un año de vigencia. Dentro de sus productos más representativos están:

- ✓ Ropa femenina exterior e interior.
- ✓ Perfumería para dama
- ✓ Calzado
- ✓ Joyería
- ✓ Maquillaje

Actualmente cuenta con 4 empleados, sus ventas las realizan a través de un local comercial y las redes sociales.



Figura 2. Logotipo Pink Love Boutique Col

Datos de contacto: Facebook e Instagram [@pinkloveboutiquecol](#)



Algunos productos que se comercializan:

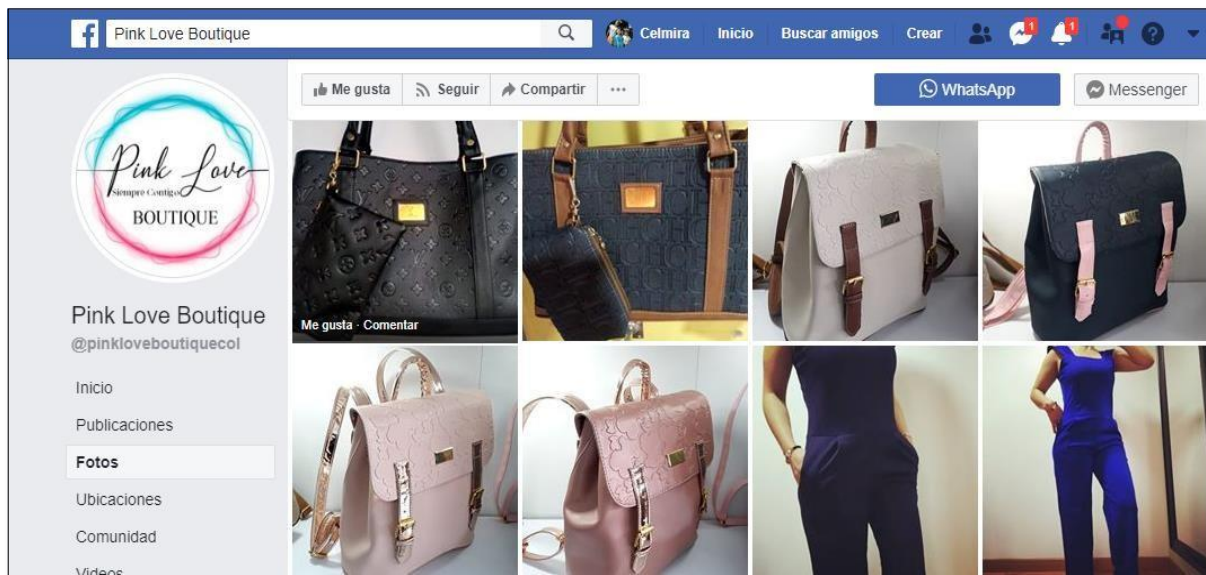
Calzado



Ropa



Bolsos



6. Diseño metodológico preliminar Tipo de investigación aplicada

Se trata de un tipo de investigación centrada en **encontrar mecanismos o estrategias que permitan lograr un objetivo concreto**, como curar una enfermedad o conseguir un elemento o bien que pueda ser de utilidad. Por consiguiente, el tipo de ámbito al que se aplica es muy específico y bien delimitado, ya que no se trata de explicar una amplia variedad de situaciones, sino que más bien se intenta abordar un problema específico.

Referentes teóricos de la propuesta.

- Metodología de gestión de proyectos del Project Management Institute (PMI).
- NTC ISO 9001: 2015 para un sistema de gestión de calidad

Aspectos administrativos de la propuesta de investigación.

Mi propuesta de Proyecto se orienta al desarrollo de un proyecto aplicado y no a una propuesta de investigación.

6.1 Recursos disponibles

6.1.1 Talento humano

El proyecto será desarrollado por Carlos Eduardo Flórez, estudiante de la especialización en Gestión de proyectos, con la tutoría del docente Amalio Segundo Otero Tapia de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD.

6.1.2 Recursos físicos

Los materiales a utilizar son:

Norma técnica ISO 9001:2015, Internet, Computador portátil, impresora, scanner, papel, lapiceros, lápiz, borrador, libreta de apuntes, cd-rooms, memoria USB y fotocopias.

6.1.3 Recursos Financieros del Proyecto

Rubros	Valor Mensual	Valor Total (por 4 meses)
Equipo portátil		\$1.400.000
Transporte	\$30000	\$180.000
Internet	\$41000	\$246.000
Servicio de Luz	\$35000	\$210.000
Materiales	\$10000	\$60.000
Imprevistos (en caso de necesitar adquisición de material complementario)		\$40.000
Bibliografía		\$ 60.000
Total		\$2196000

Fuente: El autor.

[illegible]

7. Desarrollo del proyecto

7.1 Diagnóstico de la situación actual de la empresa Pink Love boutique col

Al realizar el diagnóstico de la situación actual respecto al sistema de gestión de calidad según la norma NTC ISO 9001:2015, arroja como resultado que la empresa Pink Love Bouique Col, se encuentra en un 15% de gestión de calidad lo que da una calificación de bajo, y por ende todos los requisitos de la norma se deben implementar, pues realizan actividades y procesos ad hoc, es decir por práctica diaria de trabajo, saben lo que desean alcanzar a futuro, sin embargo, no hay documentos estandarizados a seguir.

A continuación, se muestra el instrumento de evaluación utilizado, y los resultados obtenidos:

DIAGNÓSTICO DE EVALUACION SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD SEGÚN NTC ISO 9001-2015					
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN: A. Cumple completamente con el criterio enunciado (10 puntos: Se establece, se implementa y se mantiene; Corresponde a las fase de Verificar y Actuar para la Mejora del sistema); B. cumple parcialmente con el criterio enunciado (5 puntos: Se establece, se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase del Hacer del sistema); C. Cumple con el mínimo del criterio enunciado (3 puntos: Se establece, no se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase de identificación y Planeación del sistema); D. No cumple con el criterio enunciado (0 puntos: no se establece, no se implementa, no se mantiene N/S).					
No.	NUMERALES	CRITERIO INICIAL DE CALLIFICACIÓN			
		A - V	H	P	N/ S
		A	B	C	D

4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN		1	5	3	0
4.1 COMPRESION DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO		0			
1	Se determinan las cuestiones externas e internas que son pertinentes para el propósito y dirección estratégica de la organización.			3	
2	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.				0
4.2 COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS					
SE HAN DETERMINADO LAS PARTES INTERESADAS QUE SON PERTINENTES AL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD DE LA ORGANIZACIÓN					
3	Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de Calidad.			3	
4	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.				0
4.3 DETERMINACIÓN DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD					
Primer Párrafo					
Se tiene determinado el alcance según:					
Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica.					
Debe estar documentado y disponible.					
5	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica			3	
6	El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios?			3	
7	Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestión.				0
8	Se tiene justificado y/o documentado los requisitos (exclusiones) que no son aplicables para el Sistema de Gestión?				0
4.4 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS					
9	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización			3	
10	Se tienen establecidos los criterios para la gestión de los procesos teniendo en cuenta las responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores de desempeño necesarios que permitan la efectiva operación y control de los mismos.			3	

11	Se mantiene y conserva información documentada que permita apoyar la operación de estos procesos.			3	
SUBTOTAL		0	0	21	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		19%			
5. LIDERAZGO					
5.1 LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL					
1	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.	0		3	
5.1.2 Enfoque al cliente					
2	La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen.			3	
3	Se determinan y consideran los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.				0
5.2 POLÍTICA					
5.2.1 ESTABLECIMIENTO DE LA POLÍTICA					
4	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.				0
5.2.2 Comunicación de la política de calidad					
5	Se tiene disponible a las partes interesadas, se ha comunicado dentro de la organización.				0
5.3 ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN					
6	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.			3	
SUBTOTAL		0	0	9	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		15%			
6. PLANIFICACIÓN					
6.1 ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES					
1	Se han establecido los riesgos y oportunidades que deben ser abordados para asegurar que el SGC logre los resultados esperados.				0
2	La organización ha previsto las acciones necesarias para abordar estos riesgos y oportunidades y los ha integrado en los procesos del sistema.				0
6.2 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACIÓN PARA LOGRARLOS					
3	Se han planificado acciones para el logro de los objetivos del SIG, programas de gestión?			3	
4	Se mantiene información documentada sobre estos objetivos			3	
6.3 PLANIFICACIÓN DE LOS CAMBIOS					

5	Existe un proceso definido para determinar la necesidad de cambios en el SGC y la gestión de su implementación?				0
SUBTOTAL		0	0	6	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		12%			
7. APOYO					
7.1 RECURSOS					
7.1.1 Generalidades					
1	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC (incluidos los requisitos de las personas, medioambientales y de infraestructura)				0
7.1.5 Recursos de seguimiento y medición					
7.1.5.1 Generalidades					
2	En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados?				0
7.1.5.2 Trazabilidad de las mediciones					
3	Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.			3	
7.1.6 Conocimientos de la organización					
4	Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos y el logro de la conformidad de los productos y servicios y, ha implementado un proceso de experiencias adquiridas.		5		
7.2 COMPETENCIA					
5	La organización se ha asegurado de que las personas que puedan afectar al rendimiento del SGC son competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia, ha adoptado las medidas necesarias para asegurar que puedan adquirir la competencia necesaria			3	
7.3 TOMA DE CONCIENCIA					
6	Existe una metodología definida para la evaluación de la eficacia de las acciones formativas emprendidas.				0
7.4 COMUNICACIÓN					
7	Se tiene definido un procedimiento para las comunicaciones internas y externas del SIG dentro de la organización.				0
7.5 INFORMACION DOCUMENTADA					
7.5.1 Generalidades					

8	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.				0
7.5.2 Creación y actualización					
9	Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos.				0
7.5.3 Control de la información documentada					
10	Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.				0
SUBTOTAL		0	5	6	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		11%			
8. OPERACIÓN					
8.1 PLANIFICACION Y CONTROL OPERACIONAL					
1	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.			3	
2	La salida de esta planificación es adecuada para las operaciones de la organización.			3	
3	Se asegura que los procesos contratados externamente estén controlados.			3	
4	Se revisan las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso.				0
8.2 REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
8.2.1 Comunicación con el cliente					
5	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.			3	
6	Se obtiene la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas.			3	
7	Se establecen los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.			3	
8.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios					
8	Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización.			3	
8.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios					
9	La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.		5		
10	La organización revisa los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a este.		5		
11	Se confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación por parte de estos, cuando no se ha proporcionado información documentada al respecto.			3	

12	Se asegura que se resuelvan las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.	1 0			
13	Se conserva la información documentada, sobre cualquier requisito nuevo para los servicios.	1 0			
8.2.4 Cambios en los requisitos para los productos y servicios					
14	Las personas son conscientes de los cambios en los requisitos de los productos y servicios, se modifica la información documentada pertinente a estos cambios.		5		
8.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
8.3.1 Generalidades					
15	Se establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurar la posterior provisión de los servicios.			3	
8.3.2 Planificación del diseño y desarrollo					
16	La organización determina todas las etapas y controles necesarios para el diseño y desarrollo de productos y servicios.		5		
8.3.3 Entradas para el diseño y desarrollo					
17	Al determinar los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a desarrollar, se consideran los requisitos funcionales y de desempeño, los requisitos legales y reglamentarios.			3	
18	Se resuelven las entradas del diseño y desarrollo que son contradictorias.			3	
19	Se conserva información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.		5		
8.3.4 Controles del diseño y desarrollo					
20	Se aplican los controles al proceso de diseño y desarrollo, se definen los resultados a lograr.			3	
21	Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos.			3	
22	Se realizan actividades de verificación para asegurar que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas.			3	
23	Se aplican controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que: se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación			3	
24	Se conserva información documentada sobre las acciones tomadas.			3	
8.3.5 Salidas del diseño y desarrollo					

25	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: cumplen los requisitos de las entradas			3	
26	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios			3	
27	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, cuando sea apropiado, y a los criterios de aceptación			3	
28	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: especifican las características de los productos y servicios, que son esenciales para su propósito previsto y su provisión segura y correcta.			3	
29	Se conserva información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.			3	
8.3.6 Cambios del diseño y desarrollo					
30	Se identifican, revisan y controlan los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios			3	
31	Se conserva la información documentada sobre los cambios del diseño y desarrollo, los resultados de las revisiones, la autorización de los cambios, las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos.			3	
8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE					
8.4.1 Generalidades					
32	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.			3	
33	Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.			3	
34	Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos.			3	
35	Se conserva información documentada de estas actividades			3	
8.4.2 Tipo y alcance del control					
36	La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.			3	
37	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.			3	

38	Considera el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.			3	
39	Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.			3	
40	Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.			3	
8.4.3 Información para los proveedores externos					
41	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios.			3	
42	Se comunica la aprobación de productos y servicios, métodos, procesos y equipos, la liberación de productos y servicios.			3	
43	Se comunica la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas.			3	
44	Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.			3	
45	Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.			3	
8.5 PRODUCCIÓN Y PROVISIÓN DEL SERVICIO					
8.5.1 Control de la producción y de la provisión del servicio					
46	Se implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.			3	
47	Dispone de información documentada que defina las características de los productos a producir, servicios a prestar, o las actividades a desempeñar.			3	
48	Dispone de información documentada que defina los resultados a alcanzar.			3	
49	Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados			3	
50	Se controla la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas.			3	
51	Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.			3	
52	Se controla la designación de personas competentes.			3	
53	Se controla la validación y revalidación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados.			3	
54	Se controla la implementación de acciones para prevenir los errores humanos.			3	
55	Se controla la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.			3	
8.5.2 Identificación y trazabilidad					

56	La organización utiliza medios apropiados para identificar las salidas de los productos y servicios.			3	
57	Identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos.			3	
58	Se conserva información documentada para permitir la trazabilidad.			3	
8.5.3 Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos					
59	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras esta bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.			3	
60	Se Identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación en los productos y servicios.			3	
61	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algún otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.			3	
8.5.4 Preservación					
62	La organización preserva las salidas en la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurar la conformidad con los requisitos.			3	
8.5.5 Actividades posteriores a la entrega					
63	Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.			3	
64	Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega la organización considero los requisitos legales y reglamentarios.			3	
65	Se consideran las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios.			3	
66	Se considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios.			3	
67	Considera los requisitos del cliente.			3	
68	Considera la retroalimentación del cliente.			3	
8.5.6 Control de cambios					
69	La organización revisa y controla los cambios en la producción o la prestación del servicio para asegurar la conformidad con los requisitos.			3	
70	Se conserva información documentada que describa la revisión de los cambios, las personas que autorizan o cualquier acción que surja de la revisión.			3	
8.6 LIBERACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					

71	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.			3	
72	Se conserva la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios.			3	
73	Existe evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.			3	
74	Existe trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.			3	
8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES					
75	La organización se asegura que las salidas no conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega.			3	
76	La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.			3	
77	Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.			3	
78	La organización trata las salidas no conformes de una o más maneras			3	
79	La organización conserva información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas e identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.			3	
SUBTOTAL		20	25	213	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		33%			
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO					
9.1 SEGUIMIENTO, MEDICION, ANALISIS Y EVALUACION					
9.1.1 Generalidades					
1	La organización determina que necesita seguimiento y medición.		5		
2	Determina los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación para asegurar resultados válidos.			3	
3	Determina cuando se lleva a cabo el seguimiento y la medición.				0
4	Determina cuando analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición.				0
5	Evalúa el desempeño y la eficacia del SGC.				0
6	Conserva información documentada como evidencia de los resultados.				0
9.1.2 Satisfacción del cliente					
7	La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.			3	

8	Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.			3	
9.1.3 Análisis y evaluación					
9	La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.			3	
9.2 AUDITORIA INTERNA					
10	La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados.			3	
11	Las auditorías proporcionan información sobre el SGC conforme con los requisitos propios de la organización y los requisitos de la NTC ISO 9001:2015.				0
12	La organización planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría.				0
13	Define los criterios de auditoría y el alcance para cada una.				0
14	Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso.				0
15	Asegura que los resultados de las auditorías se informan a la dirección.				0
16	Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas.				0
17	Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y los resultados.				0
9.3 REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN					
9.3.1 Generalidades					
18	La alta dirección revisa el SGC a intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continua con la estrategia de la organización.			3	
9.3.2 Entradas de la revisión por la dirección					
19	La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.			3	
20	Considera los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC.			3	
21	Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.			3	
22	Considera los resultados de las auditorías.			3	
23	Considera el desempeño de los proveedores externos.				0
24	Considera la adecuación de los recursos.			3	
25	Considera la eficiencia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades.			3	

26	Se considera las oportunidades de mejora.				0
9.3.3 Salidas de la revisión por la dirección					
27	Las salidas de la revisión incluyen decisiones y acciones relacionadas con oportunidades de mejora.				0
28	Incluyen cualquier necesidad de cambio en el SGC.				0
29	Incluye las necesidades de recursos.				0
30	Se conserva información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones.				0
SUBTOTAL		0	5	36	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		14%			
10. MEJORA					
10.1 Generalidades					
1	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.				0
10.2 NO CONFORMIDAD Y ACCIÓN CORRECTIVA					
2	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.				0
3	Evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad.				0
4	Implementa cualquier acción necesaria, ante una no conformidad.				0
5	Revisa la eficacia de cualquier acción correctiva tomada.				0
6	Actualiza los riesgos y oportunidades de ser necesario.				0
7	Hace cambios al SGC si fuera necesario.				0
8	Las acciones correctivas son apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.				0
9	Se conserva información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, cualquier acción tomada y los resultados de la acción correctiva.				0
10.3 MEJORA CONTINUA					
10	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.				0
11	Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora.				0
SUBTOTAL		0	0	0	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		0%			
RESULTADOS DE LA GESTIÓN EN CALIDAD					

NUMERAL DE LA NORMA	% OBTENIDO DE IMPLEMENTACIÓN	ACCIONES POR REALIZAR
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	19%	IMPLEMENTAR
5. LIDERAZGO	15%	IMPLEMENTAR
6. PLANIFICACION	12%	IMPLEMENTAR
7. APOYO	11%	IMPLEMENTAR
8. OPERACIÓN	33%	IMPLEMENTAR
9. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	14%	IMPLEMENTAR
10. MEJORA	0%	IMPLEMENTAR
TOTAL RESULTADO IMPLEMENTACIÓN	15%	
n global en la Gestión de Calidad	BAJO	

7.2 Propuesta de diseño del modelo del sistema de gestión de calidad para Pink Love boutique col

Direccionamiento estratégico

Se plantea a los directivos de Pink Love Boutique Col, la propuesta del direccionamiento estratégico la cual fue aprobada y es la siguiente:

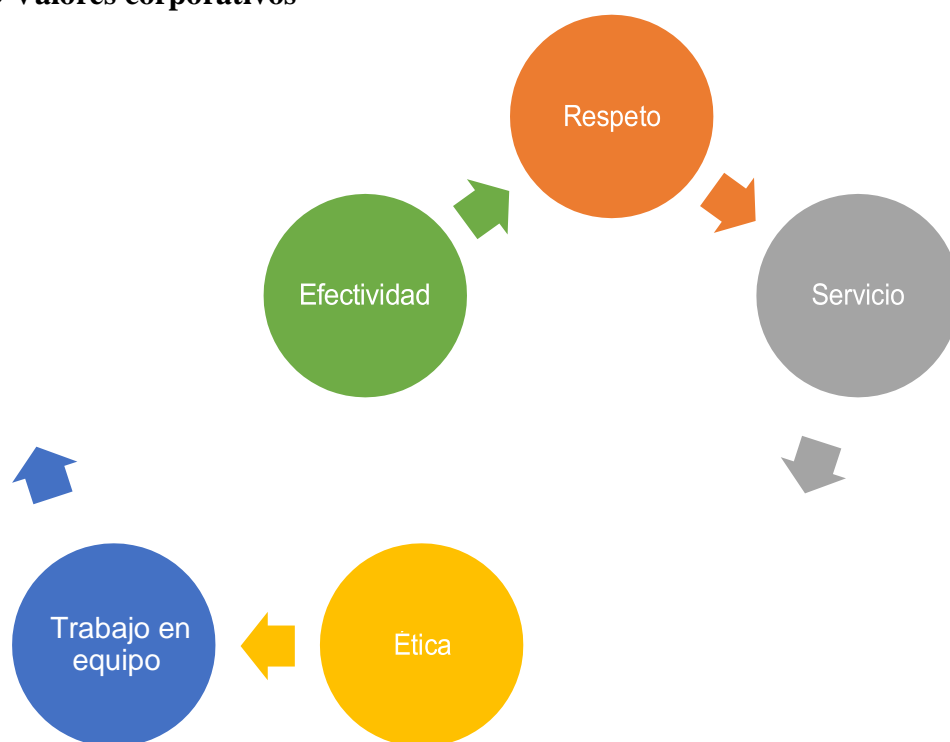
7.2.1 Misión

Ofrecerles a ellas que gustan del buen vestir, ropa de la más alta calidad al mejor precio, siempre con tendencia de moda, encontrar en mismo lugar la solución para verse bien en todos los momentos de su vida.

7.2.2 Visión

Posicionarnos en el mercado como una empresa a nivel nacional gracias a nuestros clientes con los mejores productos, calidad, precios y servicio, respetando los derechos de nuestros colaboradores y clientes, para así seguir creciendo.

7.2.3 Valores corporativos



Respeto: Actuamos de una manera correcta y atenta, respetando la dignidad de clientes, proveedores y los miembros de nuestra empresa.

Servicio: Es responsabilidad de todas las áreas de nuestra empresa brindar una atención integral encaminada a lograr cumplir sus expectativas teniendo como prioridad la satisfacción de nuestros clientes tanto internos como externos.

Ética: Para Pink Love Boutique Col, la ética constituye un principio, el no anteponer los criterios propios sobre lo correcto.

Trabajo en equipo: Gracias a la excelencia en el trabajo de nuestro equipo logramos entregar a nuestros clientes productos con altos estándares de calidad.

Efectividad: Nuestra excelencia para desarrollar oportunamente los procesos, teniendo en cuenta un beneficio mutuo con nuestros clientes.

7.2.4 Política integrada

En la Empresa PINK LOVE BOUTIQUE Es nuestro compromiso buscar la satisfacción plena de los requerimientos y expectativas de nuestros clientes externos e internos, así como de las partes interesadas pertinentes; mediante la entrega de productos y servicios de alta calidad.

Estamos comprometidos con el cumplimiento de la normatividad vigente y los requisitos establecidos en el sistema de gestión integrado, fomentados en nuestros colaboradores, mediante tres pilares:

Una cultura de calidad basada en los principios de la honestidad, liderazgo y solidaridad.
Implementación de la gestión ambiental para la protección del medio ambiente, la prevención y/o mitigación de los impactos ambientales y la prevención de la contaminación.

Mejoramiento continuo de todos los procesos que nos permiten alcanzar altos niveles de desempeño en producción, en materia de calidad y en la gestión ambiental.

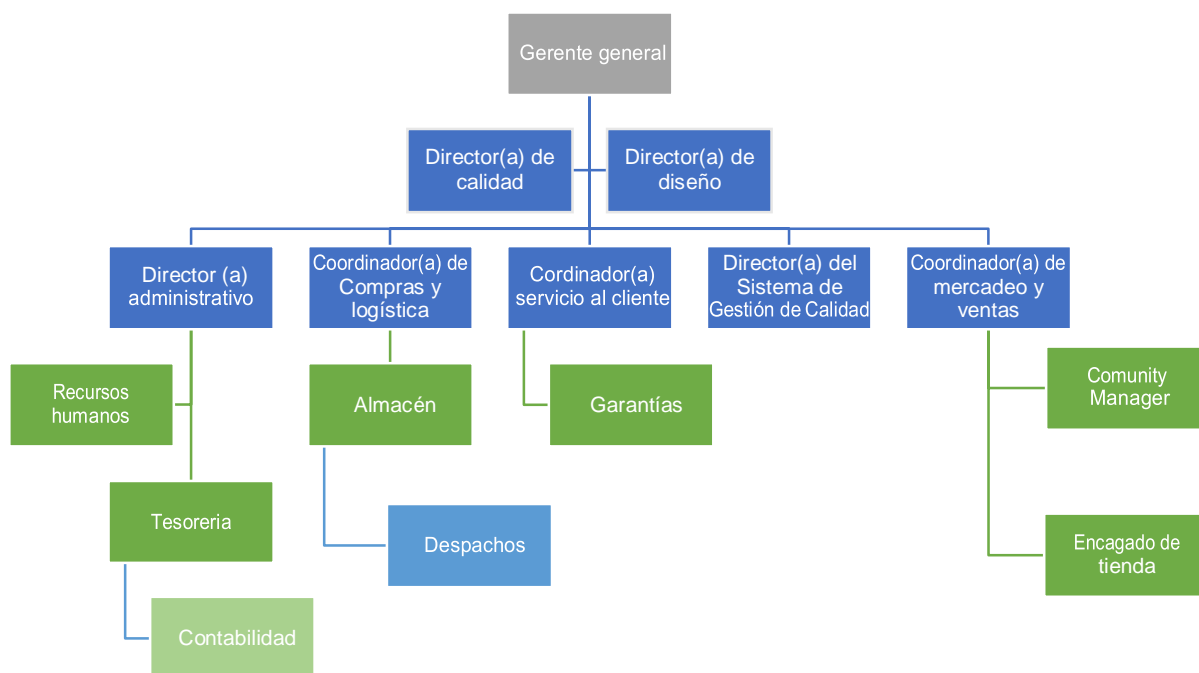
7.2.5 Objetivos de calidad

- ❖ Ofrecer prendas de vestir para dama con diseños creativos que generen confort y realcen la belleza.
- ❖ Satisfacer los requerimientos del cliente en cuanto a calidad vs precio.
- ❖ Satisfacer los requerimientos del cliente en cuanto a la oportunidad de entrega en el momento y lugar que requiera.
- ❖ Mantener proveedores calificados.
- ❖ Contar con personal comprometido con el direccionamiento estratégico de Pink Love Boutique Col.
- ❖ Brindar los recursos y las condiciones necesarias que permitan mantener el sistema de gestión de calidad.
- ❖ Promover el mejoramiento continuo de la eficacia de cada uno de los procesos de la empresa mediante el cumplimiento y seguimiento de la política de calidad.
- ❖ Incrementar el nivel de satisfacción de nuestros clientes por medio de la entrega de productos que cumplan los requisitos de calidad establecidos, dentro de los plazos acordados.
- ❖ Establecer una estrecha relación de confianza con nuestros proveedores, mediante el seguimiento periódico de su desempeño con el fin de lograr un mutuo desarrollo e incremento de la calidad de nuestros productos y servicios.
- ❖ Mantener un adecuado control del inventario con el fin de asegurar la entrega de los productos en el lugar y tiempo requerido por el cliente.

- ❖ Reducir al máximo los índices de cartera vencida mediante acciones que permitan la oportuna cobranza y recuperación.
- ❖ Asegurar que se realice una oportuna facturación con las máximas garantías de confiabilidad.
- ❖ Efectuar los pagos oportunos a nuestros proveedores y acreedores.
- ❖ Consolidar un clima organizacional adecuado tal que permita contar con personal competente y comprometido con la política de calidad de la empresa.

7.2.6 Organigrama

Se diseña y propone el siguiente organigrama para Pink Love Boutique Col, teniendo en cuenta las funciones de los 4 empleados actuales y la expansión que a futuro desea lograr:



7.2.6.1 Roles y responsabilidades Gerente general

El trabajo del gerente general consiste en abarcar cuatro tareas principales como son: planeación, organización, dirección y análisis de resultados. Algunas responsabilidades son:

- Planeación de las actividades que se desarrollen dentro de la empresa.
- Organizar los recursos de la Entidad.
- Definir a donde se va a dirigir la empresa en un corto, medio y largo plazo, entre otras muchas tareas.
- Fijación de una serie de objetivos que marcan el rumbo y el trabajo de la organización.
- Crear una estructura organizacional en función de la competencia, del mercado, de los agentes externo para ser más competitivos y ganar más cuota de mercado.
- Estudiar los diferentes asuntos financieros, administrativos, de marketing, etcétera.

Hacer de líder de los diversos equipos de trabajo de la organización.

Director(a) de calidad

Es el encargado(a) de realizar el Plan de Producción y la Planificación de Recursos Materiales.

Supervisar las líneas de producción, ajustes y mejoras puntuales, que se siguen los procedimientos determinados por el departamento de calidad, y de igual manera los procesos y paradas de mantenimiento de las máquinas, como aún no se cuenta con producción propia las funciones están encaminadas en la revisión de la mercancía entrante y la visita a las diferentes maquilas de producción.

Directo(a) de diseño

Es el que se encarga de imaginar, crear, desarrollar y confeccionar colecciones de prendas de vestir, complementos, accesorios. Es quien confecciona aquello que llevan puesto nuestros clientes en función de la época del año, el lugar, las tendencias culturales y sociales de un momento concreto.

- Conocer las características de la empresa, en el caso de trabajar para terceros: qué tipo de ropa fabrican, quienes son sus consumidores y sus competidores, volumen y tiempo de producción, etc.
- Conocer lo último en moda, relacionándose con personas del sector, acudiendo a eventos, ferias, desfiles, presentaciones de otros diseñadores y marcas.
- Tener claro su público objetivo (sexo, edad, talla, rango de precios, estilo, mercado en general o más exclusivo), tipo de prenda, accesorio o complemento, materiales y telas, etc.
- Imaginar y dar forma a sus bocetos y patrones para llevarlos al papel o la pantalla. No necesariamente debe realizar dichos patrones, pero sí conocer el proceso de corte y confección de los mismos.
- Tomar decisiones y aprobar dichos bocetos y diseños para comenzar a desarrollar la colección. Escoger aquello que quiere y desechar lo que no le gusta.
- Llevar a cabo la supervisión del proceso de producción, desde el diseño de los patrones o la elección de telas hasta la llegada al consumidor final. Es importante tener controlados, en la medida de lo posible, todos los pasos del proceso.
- Estar en contacto con personas relacionadas con el sector, por ejemplo, con quienes nos faciliten o a quienes compremos las telas o materiales. En definitiva, con los posibles proveedores y lograr conseguir buenos precios para que el trabajo sea rentable.
- Resolver dudas o problemas que puedan surgir en el equipo o el diseño de la prenda para que el trabajo salga adelante y el ambiente de trabajo sea bueno.
- Supervisar el lanzamiento y la comercialización de la colección. En relación con el marketing, establecer el momento adecuado, cómo lanzarla, definir la estrategia (generalmente ayudado por profesionales del marketing) para que los diseños se vendan y se obtenga rentabilidad.
- Combinar la experiencia obtenida del uso de ciertos productos, el conocimiento del mercado, las tendencias observadas y la cooperación entre distintos diseñadores para crear diseños funcionales, innovadores y de calidad.
- Utilizar bocetos para expresar una idea.

- Trabajar con distintos tipos de telas.
- Investigar en búsqueda de tendencias, colores, telas y siluetas para las próximas temporadas.
- Estimar costos y materiales requeridos.
- Establecer una red de proveedores y distribuidores.

Director(a) administrativo

Es el responsable de gestionar y supervisar los recursos económicos y financieros de la compañía para poder trabajar con las mejores condiciones de costo, liquidez, rentabilidad y seguridad.

- Diseñar, instaurar y controlar las estrategias financieras de la empresa.
- Coordinar las tareas de contabilidad, tesorería, auditora interna y análisis financiero.
- Realizar y mantener negociaciones con las entidades financieras y otros proveedores.
- Optimizar los recursos económicos y financieros necesarios para conseguir los objetivos planteados.
- Analizar, definir y dirigir las inversiones de la empresa.

Recursos humanos

Es el responsable del reclutamiento de empleados dentro de una organización, además de actuar como un mediador entre los empleados y sus superiores. En general, su función, y la del departamento como tal, es llevar un control sobre el personal y diseñar el plan de talento humano.

- ❖ Planificar la estrategia del capital humano, en relación a su organización y desarrollo.
- ❖ Poner en marcha con la máxima eficiencia el Plan de Recursos Humanos, así como el presupuesto anual de Recursos Humanos destinado a su ejecución.
- ❖ Definir la política y protocolos de reclutamiento de personal, así como de despido y sucesión.
- ❖ Definir protocolo para gestionar las crisis de ambiente laboral, así como los conflictos internos.
- ❖ Elaborar plan de capacitación y programa de incentivos para empleados.
- ❖ Crear los mecanismos necesarios para detectar el talento dentro de la empresa y motivar su desarrollo en beneficio de la Organización y del empleado.
- ❖ Implantar sistema de gestión de nóminas.
- ❖ Diseñar Plan de Seguridad y prevención de Riesgos Laborales.
- ❖ Fortalecer la relación entre empleados y empresa, transmitir confianza a todos los implicados.

Tesorería

Es la encargada de gestionar la liquidez inmediata de la caja y de las cuentas financieras de una empresa, además de los activos financieros a corto plazo que se pueden finiquitar fácilmente, por la posibilidad de poder usarlos para ubicar excedentes.

- Garantizar la solvencia de la empresa, es hacer que un negocio disponga de medios para afrontar sus compromisos de pago en cualquier momento.
- Mantener relaciones fluidas y estables tanto con los agentes financieros como con los departamentos de la propia empresa, para sacar el máximo provecho de las ventajas de este trato preferencial en caso de necesitarlo.
- Mantener la alerta para que no se encarezca la financiación. Tener controladas las fechas de pagos, los vencimientos de responsabilidades fiscales, etc., de forma que no haya que añadir penalizaciones, recargos o tasas extra por quedarnos deudores en las cuentas o pagar fuera de plazo.
- Mantener la alerta para que no se encarezca la financiación. Tener controladas las fechas de pagos, los vencimientos de responsabilidades fiscales, etc., de forma que no haya que añadir penalizaciones, recargos o tasas extra por quedarnos deudores en las cuentas o pagar fuera de plazo.
- Reducir al mínimo los costes administrativos y optimizar la gestión del tiempo que se invierte en las tareas de tesorería. Al final, en una empresa todo tiene una traducción monetaria.

Contabilidad

Es la encargada de proporcionar información económica a los gestores de la empresa para saber qué es lo que se está haciendo, si se están consiguiendo, o no, las metas marcadas y tomar decisiones en función de los resultados de la compañía. Registrar todos los movimientos de la empresa y clasificarlos para poder analizar e interpretar cuáles son los resultados de la empresa y la situación en la que se encuentra.

- ✚ Diseñar el Plan General Contable (PGC) de la empresa.
- ✚ Realizar pagos o mantener las facturas pagadas.
- ✚ Procesar los pagos recibidos
- ✚ Asegurarse de que todos los trabajadores son pagados (incluyendo el estado)
- ✚ Preparar informes financieros
- ✚ Evitar errores, fraudes o robos
- ✚ Elaboración y presentación de Cuentas Anuales
- ✚ Orden y conservación documentos legales
- ✚ Cobros a clientes y deudores
- ✚ Pagos a proveedores y acreedores
- ✚ Pagos a personal
- ✚ Pagos impuestos
- ✚ Comprobación importes correctos
- ✚ Control movimientos cuentas corrientes de la empresa y sus saldos

Coordinador(a) de compras y logística

Responsable de establecer la política de compras de la organización en coordinación con el área productiva de calidad y el área administrativa. Todo ello en términos de calidad, cantidad y, sobre todo, precio.

- Analizar periódicamente los precios de las materias primas, componentes o materiales
- Control de calidad de las materias primas y componentes
- Controlar toda la gestión documental que acompaña a cada compra
- Información a tiempo real del stock de la organización

Almacén y despachos

Es el responsable de la gestión de los recursos disponibles y la previsión de las necesidades, para que los productos se encuentren cuándo, cuánto y dónde sean requeridos. Controlar, organizar y supervisar las actividades en materia de recepción, acomodo y despacho de productos terminados.

- ✓ La recepción de todos los productos que comprendan la actividad industrial de la empresa propietaria del almacén.
- ✓ La ejecución de un control de calidad inmediato.
- ✓ El control e inventario de los productos almacenados.
- ✓ El almacenamiento correcto de las mercancías.
- ✓ La preparación de los pedidos con destino a los almacenes regionales, a los clientes o a ambos.
- ✓ La expedición rápida de los pedidos, con su respectiva facturación.

Coordinador(a) de servicio al cliente

Es el responsable de procurar la satisfacción de las expectativas de los clientes y que sigan realizando pedidos nuevos. Atender al cliente, dirigir, supervisar y coordinar los equipos de asistentes.

- Hacer seguimiento constante del cliente para detectar sus necesidades.
- Atender las reclamaciones e incidencias de los productos y servicios y analizar sus causas para hallar soluciones. Atender las sugerencias y consultas de los clientes.
- Medir el grado de satisfacción de los clientes y, en función de los resultados, establece mecanismos de mejora.
- Examinar con clientes y proveedores los ámbitos de colaboración para mejorar el servicio, y lanza las propuestas adecuadas.
- Procurar un servicio personalizado de valor añadido mediante diversas técnicas (entregas de última hora, integración con los clientes mediante softwares, personalización de productos mediante el etiquetaje).
- Analizar la evolución del mercado y las exigencias de los clientes, y observa a la competencia.

Garantías

Es el responsable de responder a cualquier queja o reclamo de cualquier producto o servicio de la empresa que no cumpla con su función de manera óptima, además de encontrar la causa raíz de su mal funcionamiento para evitar su recurrencia en el futuro.

- Recibir las garantías
- Analizar las causas
- Determinar si se autoriza o no la garantía en un tiempo no mayor a 36 horas.

Director (a) del sistema de gestión de calidad

Es el responsable de calidad, implementa y mantiene el sistema de gestión de calidad. Además, se asegura de mantener siempre a la organización certificada en la Norma ISO 9001, realizando revisiones continuamente.

- ❖ Mantiene y gestiona toda la documentación y registros del sistema de gestión de calidad.
- ❖ Revisa periódicamente el sistema de gestión, realizando auditorías internas con sus respectivos informes.
- ❖ Realiza un seguimiento a los procedimientos, en concreto se encarga del seguimiento de las no conformidades que puedan surgir y de las acciones preventivas y correctivas. Informa al resto de la organización de los cambios o modificaciones que suceden en el sistema de gestión de calidad.

Coordinador de mercadeo y ventas

Es el responsable de diseñar, planificar, coordinar el plan de Medios y plan de mercadeo para lograr incrementar el valor de la marca a través de un sólido posicionamiento en el mercado. Dirigir el proceso de desarrollo de promociones. Planificación y ejecución de eventos.

- Planificación, diseño y realización de acciones publicitarias (plan de medios)
- Diseño y ejecución de anuncios (publicidad exterior, rotulación vehículos comerciales, anuncios en prensa y revistas especializadas, publicaciones internas, PLV publicidad en el punto de venta, expositores, folletos publicitarios, merchandising, etc.)
- Creación y mantenimiento de páginas web y aplicaciones (blog, redes sociales, foros, analytics, trends, etc.)
- Marketing Ferial: organización, gestión y control asistencia a ferias sectoriales (diseño stand, contratación servicios adicionales, atención al público, etc.)
- Gestión relaciones públicas (boca a boca, prensa, radio, etc.) Controlar las redes sociales, el comercio electrónico, los envíos y compras online. Actualmente, debes estar presente de alguna manera en internet: un blog donde mostrar tus creaciones, escribir sobre moda o intercambiar opiniones, redes sociales actualizadas con tus diseños, página web donde los posibles consumidores puedan comprar los productos.

Comunity manager

Es el responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de la marca en Internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con los clientes, sus fans y, en general, cualquier usuario interesado en la marca.

- ✓ Trabajar y mejorar la visibilidad de la marca en el mundo digital. Lo que incidirá directamente sobre el índice de visibilidad digital y la reputación online.
- ✓ Incrementar la comunidad con un enfoque de alto valor. Ya no vale con cantidad, sino que debemos buscar la calidad.
- ✓ Seguidores que sean activos, compartan, comenten y finalmente comprenden los productos o servicios de la marca.
- ✓ Generación de tráfico web social cualificado que termine convirtiendo. Establecer el total de visitas derivadas de la gestión de redes sociales a la web corporativa o de landing comercial.
- ✓ Establecer relaciones con clientes, prescriptores e influencers del sector.
- ✓ Servicios de atención al cliente. Muchas veces los canales sociales se convierten en canales de atención al cliente.

Encargado de tienda

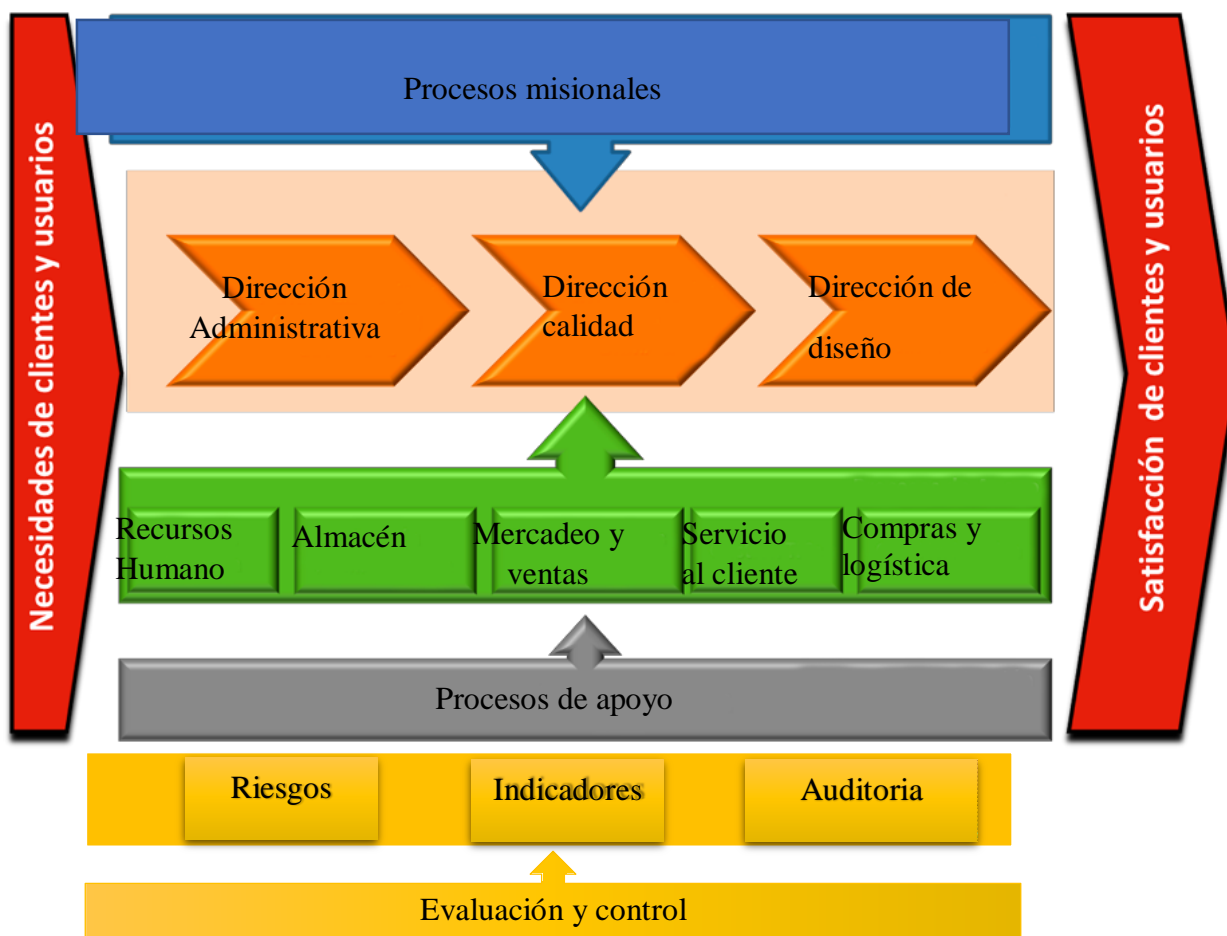
Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de una tienda, siguiendo las directrices de la empresa. Debe tener amplio conocimiento y determinación para cumplir con los objetivos de la empresa asumiéndolos como si se tratara de su propio emprendimiento.

- Controlar los indicadores de rendimiento clave del negocio (KPI).
- Ser capaz de manejar y controlar el personal a su cargo en la tienda.
- Formar y reclutar empleados.
- Tener buen conocimiento de producto.
- Ser capaz de manejar y controlar los inventarios de la tienda.
- Ser capaz de implementar estrategias para fidelizar a los clientes.
- Ser capaz de manejar y controlar la administración del punto de venta.
- Ser capaz de manejar y controlar la imagen en tienda, utilizando por ejemplo el Visual merchandising.
- Óptimo manejo de la atención y servicio al cliente para generar un buen volumen de ventas.
- Recomendar y supervisar la aplicación de estrategias de marketing tanto dentro como fuera de la tienda.
- Funcionar como un vínculo de comunicación entre la central del retail y sus trabajadores.
- Trabajar en colaboración con otros directivos y personal.
- Asegurar el cumplimiento de mínimos de calidad y gestionar las quejas, comentarios, preguntas y demás cuestiones de los trabajadores y clientes de la tienda.
- Promocionar la tienda a nivel local buscando colaboraciones con otras empresas, periódicos, radio, televisión, etc, que pueda dar a conocer el negocio.

- Informar de todo lo acontecido a su superior, y comentar con él las posibles actuaciones que pueden tomarse. En este caso la iniciativa y el tener ideas puede dar más valor a tu puesto de trabajo como encargado de tienda

7.2.7 Mapa de procesos

Se presenta el siguiente mapa de procesos a Pink Love Boutique Col, como una estructura inicial para organizar las actividades que llevan a cabo por criterio propio. El mapa de procesos describe los diferentes tipos de procesos, determina la secuencia e interacción de los mismos, y se clasifican en: misionales y de apoyo, los cuales están orientados a satisfacer las necesidades de los clientes y las partes interesadas de nuestros productos y servicios:



Procesos misionales: Tienen como tarea primordial el establecimiento de políticas y estrategias, fijación de objetivos, comunicación y disposición de recursos necesarios, facilitan el seguimiento y la mejora, así como la cadena de valor que permite obtener el resultado previstos por Pink Love Boutique Col.

Procesos de apoyo: Proveen los recursos necesarios para el desarrollo de los procesos misionales de la empresa.

Procesos de Evaluación y Control: son aquellos que evalúan y controlan el cumplimiento de los objetivos de los demás procesos.


7.2.8 Procedimientos

Los procedimientos que se proponen para que compongan los diferentes procesos del mapa son los siguientes:

PROCESO	PROCEDIMIENTOS
Misionales	
Dirección Administrativa	Registro y control contable (contabilidad)
	Registro y ejecución Financiera (Tesorería)
	Auditoria interna
	Pago a proveedores
Dirección de calidad	Fabricación
	Mantenimiento de maquinas
Dirección de diseño	Diseño de bocetos
	Construcción de patrones
De apoyo	
Recursos humanos	Reclutamiento de personal
	Capacitación e incentivos
	Vacaciones
Almacén y despachos	Recepción de mercancía
	Control de despachos
Mercadeo y ventas	Ventas
	Manejo de redes sociales
	Publicidad
Servicio al cliente	Atención y servicio al usuario
	Garan tías
Compras y logística	Compras
	Inventarios
Evaluación y control	
Riesgos	Riesgos
Indicadores	Reporte de indicadores
Auditoria	Planificación de auditoria
	Realización de auditoria


De la anterior propuesta, se desarrollan 3 procedimientos para cada uno de los procesos, los demás si se desea diseñarlos es responsabilidad de la propietaria de Pink Love Boutique Col, los procedimientos que se proponen son los siguientes:

7.2.8.1 Procedimiento de pago a proveedores

	PROCEDIMIENTO DE PAGO A PROVEEDORES Proceso: Dirección Administrativa	Versión: 1.0
		Fecha: 1 de julio de 2019
		Aprobó: Johana Ortiz Gerente General
		Código: DAPP 01
Objetivo: Dar cumplimiento a los pagos de terceros dando de acuerdo a los acuerdos de pago que se establezcan.		
Alcance: Aplica para pago a terceros.		
Responsable: Contabilidad		
Generalidades: Facturas de proveedores 30 días o Prestación de servicio 15 días. La recepción de facturas solo será en el horario de 8:00am a 12:00m Sólo se reciben en sede principal de Fontibón, Bogotá, las que sean enviadas por correos internos será devueltas. Si se necesita radicar una cuenta o factura después del horario establecido debe venir con autorización de la Gerencia General o la Dirección Administrativa Las cuentas de cobro o facturas deberán llegar con todos sus soportes.		
ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE
Inicio		
1. Recibir factura o cuenta	Decepcionar la factura o cuenta	Auxiliar de contabilidad
2. Revisar los soportes de la cuenta	Se revisa soportes requeridos, en caso de no cumplir con los requerimiento se devuelve cuentas con documentos incompletos.	Auxiliar de contabilidad
3. Almacenar la factura o cuenta	Se digitaliza y se almacena en el software contable y se asigna el responsable.	Auxiliar de contabilidad
4. Entregar factura a la dirección administrativa	Se entrega a cuentas por pagar el soporte físico.	Auxiliar administrativo(a)


5. Aprobar cuentas por cobrar	<p>Se debe hacer la aprobación de las cuentas, facturas o servicios en el sistema de contabilidad.</p> <p>Algunas cuentas por pagar no requieren orden, pero si un soporte físico y son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pólizas • Servicios públicos • Tiquetes • Restaurante • Alojamiento • Contratos de años anteriores 	Auxiliar administrativo(a)
6. Verificar requerimientos de cuentas por pagar	Verificar si el usuario responsable en el sistema le ha dado recibo de satisfacción en sistema para así pasarla al área de contabilidad En dado caso que la cuenta tenga orden de compra verificar que tenga recibo de mercancía. Verificar que la cuenta cumpla con los soportes y vistos buenos.	Auxiliar administrativo(a)
7. Causar cuentas por pagar	Verificar que el centro de costo y cuenta contable coincida con la solicitud previa, Aplicar normas de ley o retenciones pertinentes Realizar registro contable.	Auxiliar de contabilidad
8. Generar orden de pago	Generar orden de pago	Auxiliar de contabilidad
9. Aprobar orden de pago	Aprobar orden de pago	Director (a) administrativo
10. Elaborar cheque o preparar transacción	Elaborar cheque o realizar transacción según programación realizada	Tesorero(a)
11. Pagar cuenta	Los pago se realizan todos los viernes en la jornada tarde	Tesorero(a)
Fin		
Registros: Facturas, cuentas o recibos. Soporte de la transacción o cheque recibido.		

7.2.8.2 Procedimiento de reclutamiento de personal

	PROCEDIMIENTO RECLUTAMIENTO DE PERSONAL Proceso: Recursos Humanos	Versión: 1.0
		Fecha: 1 de julio de 2019
		Aprobó: Johana Ortiz Gerente General
		Código: RHPSP 01
Objetivo: Establecer los lineamientos y acción de la selección y reclutamiento de personal adecuado que ingresara a Pink Love Boutique Col, promoviendo la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, para desarrollar las funciones que cada el puesto requiere en las diferentes áreas de la organización.		
Alcance: Aplica para la selección, reclutamiento y contratación del recurso humano de la empresa.		
Responsable: Recursos humanos		
Generalidades: El responsable del departamento de recursos humanos debe elaborar y publicar las convocatorias con base en la normatividad, las políticas de la empresa, las necesidades del cargo, perfiles requeridos y escala salarial establecida. Recibir, revisar y gestionar según el tiempo establecido las hojas de vida de las personas que participarán en cada convocatoria. Difundir a través de los canales apropiados, oportunidades para que el personal interno pueda acceder a nuevos puestos de trabajo, de acuerdo a sus competencias laborales y necesidades del servicio. Promover buenas prácticas laborales a través de la igualdad de oportunidades y no discriminación.		
ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE
Inicio		
1. Elaborar y publicar la convocatoria	Elaborar y publicar la convocatoria	Coordinador de talento humano
2. Recibir y revisar las hojas de vida	Debe revisar las ofertas analizar los requisitos de acuerdo a lo solicitado para que concuerde el perfil requerido con el recibido.	Auxiliar de talento humano
3. Registrar y citar el candidato a pruebas	Si el candidato cumple con los requisitos establecidos se debe citar a las respectivas pruebas según el cargo.	Auxiliar de talento humano

4. Elaborar y aplicar pruebas	Citar a pruebas y entregar todo el material necesario para la prueba.	Asesor(a) de talento humano
5. Evaluar los resultados	Recibir y evaluar los resultados de la prueba realizada.	Psicólogo(a)
6. Seleccionar el o los candidatos a contratar	Seleccionar a los candidatos con mejores resultados y de acuerdo a los criterios establecidos, y citarlos a entrevista con el jefe inmediato.	Asesor(a) de talento humano
7. Realizar la entrevista	Realizar la entrevista y evaluar los aspectos que se consideren pertinentes para el cargo requerido.	Jefe inmediato
8. Escoger el o los posibles candidatos	De acuerdo a los criterios evaluados en la entrevista escoger los posibles candidatos y entregar los resultados al departamento de talento humano para la contratación.	Jefe inmediato
7. Realizar la contratación	Realizar la contratación de acuerdo a las indicaciones legales.	Coordinador de talento humano
8. Almacenar todos los documentos requeridos en la contratación	Crear y resguardar la carpeta de talento humano por cada uno de los empleados de la empresa. Dichos documentos deben mantenerse hasta por diez años después de que la persona se retire de la organización.	Asesor(a) de talento humano
Fin		
Registros: Resultados de las pruebas Resultados de los criterios evaluados en la entrevista Carpeta de contratación		

7.2.8.3 Procedimiento de ventas

	PROCEDIMIENTO DE VENTAS Proceso: Mercadeo y ventas	Versión: 1.0
		Fecha: 1 de julio de 2019
		Aprobó: Johana Ortiz Gerente General
		Código: MVPV 01
Objetivo: Establecer las actividades que involucran la venta de productos y servicios de Pink Love Boutique.		
Alcance: Aplica al proceso de ventas.		
Responsable: Mercadeo y ventas.		
Generalidades: Conocer los productos y servicios de Pink Love Boutique Col.		
ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE
Inicio		
1. Requerimientos de clientes	Ofrecer al cliente lo que busca de acuerdo a sus necesidades y disponibilidad de productos, tener en cuenta la temporada y el presupuesto del cliente.	Vendedor o encargado de punto de venta
2. Mostrar los productos	Permitir que el cliente toque y se pueble los productos para que valide el confort de la mismas.	Vendedor o encargado de punto de venta
3. Confirmar la venta	Si el cliente confirma que se debe comprar el o los productos, se debe generar la orden de pedido en el sistema, y realizar la respectiva facturación, Al momento de facturar se descarga el producto de stock de inventarios automáticamente.	Vendedor o encargado de punto de venta
4. Recibir el pago	Recibir el efectivo, cheque o transferencia (Confirma Contabilidad) Tarjeta de Crédito. Se emite Ticket	Vendedor o encargado de punto de venta

	Original-Blanco para el Cliente, Amarillo Corte Diario de Caja, en Ambos Se ponen los Sellos de pagado	
5. Entregar el pedido al cliente	Realizar la entrega de la compra al cliente, e informarle que siga a Pink Love Boutique Col a través de las redes sociales.	Vendedor o encargado de punto de venta
Fin		
Registros: Copia de la factura de venta		

7.3 Propuesta de sensibilización organizacional del sistema de calidad

Introducción

Es fundamental entrenar y concientizar al personal Pink Love Boutique Col, sobre los aspectos del sistema de gestión de calidad para lograr que todo el personal se involucre y asuma un rol protagónico y responsable entendiendo que son parte fundamental para obtener los resultados propuestos y mantener la empresa a flote y por ende el estado laboral.

Alcance

Concientizar desde el más alto nivel de la empresa hasta los cargos operativos y personal de servicios generales y vigilancia.

Recursos para la ejecución Recursos internos

- ✓ Logos, publicidad existente.
- ✓ Personal del sistema de calidad.
- ✓ Correo electrónico
- ✓ Pantallas digitales

Recursos externos

- ✓ No aplica

Público objetivo

- ✓ Directivo
- ✓ Operativo
- ✓ Servicios generales
- ✓ Personal de maquila
- ✓ Proveedores

Slogan

Se propone definir un slogan para la divulgación del sistema de calidad, por ejemplo:

¡Ser Pink Love Boutique, es también tu compromiso con la calidad y el servicio!

Diseño de la propuesta

Se propone generar una estrategia de recordación como por ejemplo un personaje que identifique el sistema de calidad, y al observarlo el personal de Pink Love Boutique Col, lo asocie a los temas de calidad.

Por ejemplo, el siguiente:

**Fase de sensibilización y divulgación**

Realizar envío de Tips relacionados con el sistema de calidad, como los siguientes:

Tip 1:

**Nuestra misión es**

Ofrecerles a ellas que gustan del buen vestir, ropa de la más alta calidad al mejor precio, siempre con tendencia de moda, encontrar en mismo lugar la solución para verse bien en todos los momentos de su vida.

¡Ser Pink Love Boutique, es también tu compromiso con la calidad y el servicio!



Tip 2:

**Nuestra visión es**

Posicionarnos en el mercado como una empresa a nivel nacional gracias a nuestros clientes con los mejores productos, calidad, precios y servicio, respetando los derechos de nuestros colaboradores y clientes, para así seguir creciendo.

¡Ser Pink Love Boutique, es también tu compromiso con la calidad y el servicio!



Tip 3:



Realizar charla

Realizar una charla sobre el sistema de calidad a todo el personal, con el apoyo de una persona o Entidad externa.

Realizar encuesta

Realizar una encuesta para medir el grado de concientización el sistema de calidad en los empleados y demás público objetivo.

8. Conclusiones

A lo largo del desarrollo del presente proyecto se llegó a la conclusión de que tener documentación como procedimientos, objetivos, misión visión y demás del direccionamiento estratégico establecidos, resultan indispensables para cualquier organización, gracias a ellos se logra la mayor eficiencia de los recursos, tanto materiales como humanos, ya que facilitan la estandarización de los procesos y la preservación del conocimiento adquirido por la misma organización.

Por otra parte, se puede concluir que sin una estructura organizacional adecuada el personal puede afectar al logro de los objetivos planteados por la empresa, por lo tanto, una organización será eficiente si su estructura se encuentra alineada con procesos y demás lineamientos, formales y conocidos por toda la organización.

Al llevar a cabo el análisis situacional de la empresa, resulto evidente que se hace necesario establecer cuanto antes una estructura orgánica formal y sus operaciones bajo procedimientos, ya que actualmente se encuentra desorganizada y el poco personal con el que cuenta no tiene bien definidas sus funciones.

9. Bibliografía.

Lerma, H. D. (2009). *Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto y proyecto*. Bogotá, D.C.: Ecoe ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=483354&lang=es&site=eds-live>

Ortiz, E. M. (2011). La escritura académica universitaria: estado del arte. *Íkala, Revista de lenguaje y cultura*, 16(28), 17-41. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/ikala/v16n28/v16n28a02.pdf>

Sánchez, A. (2011). Los resúmenes para artículos de investigación. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 1(26). Recuperado de <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/107>

Sánchez, A. (2011). Los resúmenes para artículos de investigación. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 1(26). Recuperado de <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/107>

¹ Plataforma Tecnológica para la Gestión de la Excelencia (2016). Historia y evolución del concepto de Gestión de Calidad. Recuperado de: <https://www.isotools.org/2016/01/30/historia-y-evolucion-del-concepto-de-gestion-de-calidad/>

- 1 Historia y evolución del concepto de Gestión de Calidad. (2016). 5) Calidad total. Recuperado de:
<https://www.isotools.org/2016/01/30/historia-y-evolucion-del-concepto-de-gestion-de-calidad/>

NORMA INTERNACIONAL ISO 9000 ISO 9000:2015 Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario (2015). Publicado por la Secretaría Central de ISO en Ginebra, Suiza, como traducción oficial en español avalada por el *Translation Management Group*, que ha certificado la conformidad en relación con las versiones inglesa y francesa.

- 1 NORMA INTERNACIONAL ISO 9001, Quinta edición 2015-09-15. Pág. 8 (20)

- 1 ISO 9001 calidad. Sistemas de Gestión de Calidad según ISO 9000 (2013) La Política de Calidad. Recuperador de: <http://iso9001calidad.com/la-politica-de-calidad-101.html>

- 1 Congreso de Colombia. (12 de octubre de 2011) Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Ley 1480 de 2011(2011). Recuperado de:
<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjurMantenimiento/normas/Norma1.jsp?i=44306>

- 1 Congreso de Colombia (17 de octubre de 2012) Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. Ley 1581 de 2012 (2012). Recuperado de:
<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjurMantenimiento/normas/Norma1.jsp?i=49981>

¹ Congreso de Colombia. (24 de julio de 2000) Por la cual se expide el Código Penal. Ley de 599 de 2000(2000). Recuperado de: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjurMantenimiento/normas/Normal.jsp?i=6388>